图书情报工作
第62卷 第3期 2018年2月

公共图书馆文化创意产品开发类别调研与分析*

王毅[1] 柯平[2]
[1] 上海大学图书情报档案系 上海 200444 [2] 南开大学商学院 天津 300071

摘要:[目的/意义]提出适合我国公共图书馆的文创产品开发思路。[方法/过程]采取网络调研分析法,选取国外十个代表性公共图书馆文创产品网络商店作为研究对象,对所包含的全部文创产品依次浏览、分析、查阅、记录,从产品物质载体和文化创意内容的角度分析国外公共图书馆文创产品类别。[结果/结论]我国公共图书馆文创产品开发思路包括:以图书馆藏与历史传承为开发主线(图书馆特色元素提取类、经典馆藏意蕴展现类、图书馆历史文化传承类),以文学阅读与特色文化为开发主线(文学阅读主题融合类、地区特色文化弘扬类、纪念节日文化宣传类),以读者需求与创意服务为开发主线(培育少儿求知类、面向不同群体类、用户体验设计类、特色鲜明品牌类)。

关键词:文化创意产品 公共图书馆 开发类别 调研分析 开发思路
分类号:G250
DOI:10.13266/j.issn.0252-3116.2018.03.003

1 引言

文化创意产品,简称文创产品。不同机构、不同学者从不同视角对文创产品的内涵予以诠释。联合国教科文组织(UNESCO)从特征属性角度分析:文创产品是表达创意思想、符号和生活方式的消费性产品[1]。英国文化媒体体育部(DCMS)从文化创意产业的角度分析:源自个人创意、技巧及才华,通过知识产权的开发和运用,具有创造财富和就业潜力的行业[2]。文化创意产业中产出的任何制品或制品组合就是文创产品。魏鹏举从最终形态角度分析:文创产品包含文化创意内容与硬件载体两个相互依存的部分[3]。郝鑫从产品内涵角度分析:文创产品是与一定民族和地区的文化背景相联系,源自个人才情、灵感或智慧,并通过产业化的方式进行生产、消费和营销的,满足人们精神需要和欲望的任何有形产品和无形产品[4]。综合不同视角的内涵分析,笔者归纳出文创产品三点特征:①文创产品的最终形态包括产品物质载体和文化创意内容。②文化创意内容是设计师依靠智慧、天赋和技巧对文化内涵的创意展示。③文创产品核心是所蕴含的文化符号和创意内容,以满足人们精神文化的需要。

2016年5月1日,国务院办公厅转发文化部等部门《关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》,《通知》鼓励各级各类图书馆、博物馆等文化文物单位发掘馆藏文化资源,积极研发文化创意产品,从而促进优秀文化资源实现传承、传播和共享,既传播文化,又发展产业、增加效益,实现文化价值和实用价值的有机统一[5]。为进一步推进《通知》的落实工作,2017年1月9日,文化部再次下文对《通知》进行阶段性总结,确定了154家文化文物单位进行文化创意产品开发的试点单位,包括博物馆、美术馆、图书馆、文化馆等,提出要鼓励创新、大胆探索、经验推广、资金支持和成效监督等规定[6]。

图书馆作为公共文化机构,在文创产品开发的理论与实践方面仍处于萌芽阶段,通过对于国内外文创产品的文献调研发现:

国内图书馆文创产品研究现处于政策分析、开发模式、实施意义等概述性阶段,而关于文创产品开发类别的探讨在这些概述性研究中有所涉及,包括:①莫晓霞指出图书馆文创产品可以开发的种类包括:馆藏资源复制品、出版品、衍生纪念品、体验型产品和文创APP[7]。②陈畅指出公共图书馆应挖掘地方文化特色与馆藏优

* 本文系国家社会科学基金重大项目"促进我国基本公共文化服务标准化与均等化研究"(项目编号:14ZDA050)研究成果之一。
作者简介:王毅(ORCID:0000-0002-8409-8441),讲师,博士,E-mail:acool085@126.com;柯平(ORCID:0000-0003-4038-6377),教授,博士,博士生导师。
收稿日期:2017-08-31 修回日期:2017-12-13 本文起止页码:21-32 本文责任编辑:王善军

势,打造特色品牌文创产品[8]。③田利提出了图书馆围绕文创产品的开发项目,包括馆藏资源开发、业务模式创新与流程的软件开发、出版服务与开发、创客空间服务、信息数据发掘分析服务、文创工作资源共享[9]。

国外图书馆文创产品研究更偏重于图书馆礼品商店的特色文创产品和实践经验介绍,包括:①L. Peet 介绍了美国公共图书馆文创产品设计特色与经营实践,指出美国公共图书馆文创产品经营从最初的图书、贺卡,发展到文具、玩偶、纪念品的经营,再到如今融合当地艺术设计师制作的特色手工艺品[10];②N. H. McDonald 介绍了美国总统图书馆与博物馆的文创产品经营状况,广受顾客欢迎的产品有:胡佛图书馆博物馆的圣诞节装饰品、瓷器、服装、珠宝、图书和音像;艾森豪威尔图书馆博物馆引进的总统名字命名的植物、厨房刀具、装饰艺术品和男士用品;林肯图书馆博物馆的林肯自传图书、林肯主题的钥匙链、磁力贴和马克杯;富兰克林图书馆博物馆的文化衫、马克杯、水瓶、胸针、玻璃器皿和便笺卡片[11]。③N. Patch 介绍了加拿大多伦多图书馆文创产品运营实践介绍,开发种类包括融入图书馆和文学元素的马克杯、国际象棋、笔记本、铅笔、印刷品、甜点等[12]。通过上述文献分析发现,国内外研究均未就图书馆文创产品的类别细化和开发路径作深入分析,从文献中可获取的图书馆文创产品开发类别的资料支持比较欠缺。

在实践方面,2016 年,国家图书馆文创产品网店“国图旺店”在淘宝网悄然上线[13]。作为目前国内图书馆文创产品商店先驱,文化创意产品主要围绕所藏典籍而开发,其中以馆藏文献戏曲人物图谱《庆赏升平》为主题开发的卡通人物形象系列文创产品受到了读者的青睐。但是,国内图书馆文创产品在开发类别、创意融入、营销推广、综合效益方面仍处于起步阶段。相较而言,国外图书馆文创产品的开发实践早已盛行,产品类别宽泛,文化创意丰富,经营方式多样,产生了良好的经济效益和社会效益。由此,笔者运用网络调查分析法对国外公共图书馆文创产品进行调研分析,通过网站观摩分析图书馆文创产品的物质载体和文化创意,以期通过梳理、总结和归纳的方式得出我国公共图书馆文创产品开发类别的借鉴与启示。

2 国外公共图书馆文化创意产品开发类别调研

笔者采取网络调研分析法,选取十个代表性国外公共图书馆文创产品网络商店(library gift shop)作为调研对象,对其官方网站所包含的全部文创产品逐一浏览、分析、查阅、记录,并总结分析每个公共图书馆文创产品的物质载体种类和文化创意内容。调研时间为:2017 年 5 月 1 日至 6 月 20 日。

2.1 公共图书馆文创产品的网站原始分类

本研究选取美国国会图书馆、美国纽约公共图书馆、美国洛杉矶公共图书馆、美国圣迭戈公共图书馆、美国费城自由图书馆、英国国家图书馆、英国曼彻斯特图书馆、加拿大卡尔加里公共图书馆、澳大利亚昆士兰州立图书馆和新威尔士南州立图书馆作为调研对象,各个公共图书馆基本情况与选取缘由介绍如下。

美国国会图书馆悠久的历史文化和丰富的特色馆藏为文创产品开发提供了丰富土壤,形成了丰富多样、蕴含国会图书馆特有历史文化标志的文创产品;纽约公共图书馆商店以“Readers & Writers Shop”(读者和作者的商店)命名,面积 1 200 平方英尺,产品种类齐全,琳琅满目;洛杉矶公共图书馆商店曾被洛杉矶周刊 *LA WEEKLY* 报道推荐,称其为“BEST GIFT SHOP”(最佳精品商店)[14];圣迭戈公共图书馆商店以其浓厚的文学知识创意被购物期刊 *San Diego Magazine*(《圣迭戈杂志》)评选为“最佳文学精品店”[10];费城自由图书馆商店秉承图书馆发展文学教育、指导学习、激发求知的宗旨,设计了融入浓厚文学元素的精美文创产品。

英国国家图书馆(大英图书馆)商店在图书馆 2015 - 2023 发展战略的指导下,与公众分享馆藏创意,给予用户难忘的文化体验,拓展文化产品与文化活动的创意组合[15]。曼彻斯特图书馆商店延续了城市的创新风格,开发了一系列以图书馆丰富馆藏为创意的文创产品;商店愿景是架起馆藏资源与曼彻斯特人民、曼彻斯特与世界沟通交流的桥梁[16]。

卡尔加里是加拿大人口第四大城市,图书馆为城市人民提供了有生机、多样化的公共文化服务。图书馆商店的收益用于支持图书馆开展活动、拓展服务和优化馆藏[17]。

澳大利亚昆士兰州立图书馆有着优质而且广泛的馆藏资源,是当地民众学习、分享、交流、合作和创造的场所[18]。新南威尔士州立图书馆是澳大利亚著名图书馆之一,是多元文化汇集与交流中心,是保存国家发展记忆的文化中心[19]。两所代表性公共图书馆在发展文创产品方面,注重实用性与文化性、丰富性和多样性、用户创意与产品定制的结合。

通过调研以上十所公共图书馆的文创产品商店,将官方网站的文创产品原始类别记录如下,如表 1 所示:

王毅，柯平. 公共图书馆文化创意产品开发类别调研与分析[J]. 图书情报工作,2018,62(3):21－32.

表 1　国外代表性公共图书馆文创产品类别(网站原始数据)

国外公共图书馆网络商店名称	文创产品类别(网站原始分类)
美国国会图书馆商店 https://library-of-congress-shop.myshopify.com/	Apparel & Accessories(服装饰品)、Books & Media(图书音像)、For children(儿童)、Holiday & Seasonal(节假日与季节性)、Home Decor(家居生活)、Prints(印刷品)、Stationery(文具)、Exhibits(专题展览)
美国纽约公共图书馆商店 https://shop.nypl.org/	NYPL(纽约图书馆特色文创产品)、Jewelry(珠宝)、Accessories(饰品)、Work + Home(工作生活)、Kids(儿童)、Books(图书)、Gift(礼物)
美国洛杉矶公共图书馆商店 https://shop.lfla.org/	Autographed Books(亲笔签名图书)、Book Lover(爱书人的礼物)、Cali Pride(加州特色产品)、Children's(儿童)、Culinary Finds(厨房用品)、For the Office(办公用品)、From the Los Angeles Public Library(洛杉矶公共图书馆特色)、Great Outdoors(户外用品)、Jewelry & Accessories(珠宝配饰)、L. A. Love(对洛杉矶的热爱)、Stationery(文具)、Totes Etc(手提袋和其他)
美国圣迭戈公共图书馆商店 http://www.libraryshopsd.org/about-us/	Books We Love(热爱的图书)、Literary Goodies(文学主题)、locally Crafted(地方精美物品)、Great Gifts(别致礼物)、Just for Kids(儿童用品)、SDPL Merchandise(圣迭戈公共图书馆特色产品)、Stationery & Cards(文具与贺卡)、Featured in our Newsletter(图书馆通讯中的特色产品)
美国费城公共图书馆商店 http://freelibraryshop.com/	F. Scott Fitzgerald 120th Birthday!(纪念美国作家菲茨杰拉德 120 周年诞辰(1896－2016)的文创产品)、Finger Puppet Friends(手指玩偶)、Fun Literary Gifts(有趣的文学主题礼物)、Library Exclusives(费城图书馆专供产品)、Library Merchandise(图书馆特色)、Signed Books(作者签名图书)、Social Enterprises(社会企业合作)、Stocking Stuffers(放在袜子里的圣诞节礼物)
英国国家图书馆商店 https://www.bl.uk/shop	Our Exhibitions(专题展出)、Books & Media(图书音像)、For the Home(生活家居)、Fashion & Beauty(时尚美装)、Stationery(文具)、Gift Ideas(创意礼物)、Prints(印刷品)
英国曼彻斯特图书馆商店 https://manchesterlibrariesshop.co.uk/	Clothing & Accessories(服装饰品)、Home & Office(工作家庭)、Cards(贺卡)、All Products(全部产品)
加拿大卡尔加里公共图书馆商店 https://librarystore.ca/	New(新进产品)、Clothing(服装类)、Accessories(配饰类)、Home & offices(生活和工作用品)、Books(图书类)、Sales(促销类)
澳大利亚昆士兰州立图书馆商店 http://www.shop.slq.qld.gov.au/	Books(图书)、Gifts and Stationery(精致礼物)、Poster(贺卡与印刷品)、Events(图书馆商店组织的活动)
澳大利亚新威尔士南州立图书馆商店 https://shop.sl.nsw.gov.au/	Books(图书)、Archival Prints(档案复制品)、Indigenous(本土特色产品)、Gifts(精选礼物)、Exhibition Merchandise(展示的产品)、Cards(贺卡)、Bargains(促销品)

国外公共图书馆在线商店所经营的文创产品覆盖工作、学习、家居、生活、服饰、儿童等各个方面,种类齐全,品种多样。选取的十个代表性公共图书馆文创产品商店均采取了网站自建的类别划分方式,划分标准不一,类别间又有较大的交叉与重复。通过表 1 可以发现,网站中既有按产品功能划分的类别,如家居、办公、服务类;也有按产品物质载体划分的类别,如服装、珠宝、图书;还有按文化创意内容分为"图书馆特色""文学主题礼物"和"地方精美物品"等。据前文分析,文创产品是产品物质载体和文化创意内容的有机结合。例如费城自由图书馆的"莎士比亚爱情马克杯",其产品物质载体是陶瓷制作的马克杯,而文化创意内容是挑选莎士比亚爱情名言组合的创意图案[20]。于是,本文通过对文创产品进一步分析,从产品物质载体和文化创意内容的角度对其类别进一步归纳。

2.2　公共图书馆文创产品的物质载体类别

本文对十所代表性公共图书馆商店所包含的全部文创产品进行浏览分析,打破网站对文创产品的原始分类,在对文创产品的产品物质载体进一步记录、分析、归纳和聚类的基础上,将国外公共图书馆文创产品按载体类型的分为"图书类""服饰类""日用品""装饰类""文具类""玩具类""复制品"和"体验型"八大类别,见表 2。

通过表 2 发现,主流载体类别包括"图书类""服饰类""日用品""装饰类""文具类""玩具类",主流产品物质载体包括图书、文化衫、袜子、手提袋、马克杯、徽章、笔记本、贺卡等,具体如下:

(1)图书类。图书融入了作者的思想、观点和文化智慧,国外公共图书馆商店至今仍保留着经营图书的传统。从图书主题分析,包括本土文化、日常生活、历史地理、人物传记和儿童读物等,还有介绍本馆历史、发展、建筑和特点的图书馆出版物。其中,作者亲笔签名图书、介绍本土文化图书也占有一定比例,如:洛杉矶公共图书馆商店中包含一些反映城市风土文化的作者签名图书,*Gourmet Ghosts 2* 介绍了洛杉矶城市饮食文化,*Los Angeles in the 1970s* 描述了 20 世纪 70 年代洛杉矶的真实风貌等。另外,还包括光盘类的有声读物,内容涉及图书馆历史、经典音乐、文学故事等。

(2)服饰类。以服饰类为载体开发文创产品也是一种主流方式,服饰除了满足人们的保暖装饰需要外,还以独特的文化风格满足人们的精神需求。产品载体包括文化衫、围巾、丝巾、领带、袜子等, 国外将图书馆

表 2 国外代表性公共图书馆文创产品类别(按产品物质载体划分)

类 别	图书类	服饰类	日用品	装饰类	文具类	玩具类	复制品	体验型
美国国会图书馆	人物历史书籍、儿童读物、图书馆公开出版物、作者签名书籍、音像制品	棒球帽、丝巾、袜子、文化衫、领带、童装等	马克杯、手提袋、创意椅梯等	名人雕塑装饰品、图书馆座椅仿制品、托马斯·杰斐逊大楼装饰品等	挡书板、文具盒、钢笔、明信片、笔记本、书签、学习座椅	儿童徽章、益智玩具、看书的玩偶、毛绒玩具等	著名文档资料的手稿、古地图、老照片等制作成的印刷复制品	无
美国纽约公共图书馆	纽约图书馆的出版物、名人传记、儿童读物、插画、填涂类图书	文化衫、围巾、钱包、袜子、童装等	马克杯、手提袋、闹钟、手表等	项链、手链、耳环、徽章、戒指等	文具盒、地球仪、台灯、钢笔、挡书板、剪刀、笔记本、信封等	益智积木、动漫角色毛绒玩具等	无	无
美国洛杉矶公共图书馆	洛杉矶本土文化的作者亲笔签名图书、绘本、儿童漫画读物	文化衫、领带、袜子、提包等	手提袋、马克杯、瓷碗、茶巾、蜡烛等	耳环、项链、徽章、手环、钥匙扣、水晶球装饰品等	贺卡、台灯、笔记本、图章、铅笔、钢笔、夹子等	文化衫、儿童餐具、毛绒玩具、探索类读物、益智玩具	无	无
美国圣迭戈公共图书馆	儿童文学、生活书籍、人物传记、艺术鉴赏等书籍	文化衫、钱包、丝巾、袜子、领带	手提袋、收纳盒、水杯、蜡烛等	项链、耳环、徽章	贺卡、铅笔、书签、文具袋、笔记本、台灯等	儿童识字卡、动物徽章、动漫角色毛绒玩具、组装机器人等	无	指导用户参与制作个性化多肉植物盆栽
美国费城公共图书馆	作者签名的图书,包括人物传记、自然历史等图书	文化衫、钱包	手提袋、马克杯、蜡烛、U 盘	耳环、徽章、钥匙扣	贺卡、书签	手指玩偶、橡皮鸭	无	无
英国国家图书馆	经典图书、儿童绘本、小说、历史地理、人物传记、音像制品、图书馆出版物	文化衫、袜子提包等	抱枕、坐垫、运动水杯、盘子、蜡烛、香皂、雨伞、耳机、复古怀表、手表等	项链、手镯、耳钉、镜子、挂件、徽章	笔记本、夹子、笔筒、文具盒、铅笔、贺卡、台历、地球仪、儿童书包等	益智积木、仿制毛绒尾巴、儿童玩偶、小黄鸭系列	英国摄影师作品、文学创作手稿、皇室艺术展出、历史地图、英国自然风光等精品资源制作的复制品	无
英国曼彻斯特图书馆	无	文化衫、丝巾	雨伞、茶巾	冰箱磁力贴	馆藏特色贺卡	曼彻斯特地图图案的拼图玩具	图书馆收藏的珍贵海报复制品	无
加拿大卡尔加里公共图书馆	图书馆类读物、小说类、儿童读物	文化衫、袜子、帽子、丝巾、领带、提包等	手提袋、水杯、杯垫、蜡烛、茶叶盒、移动电源、U 盘、耳机	徽章、吊坠、耳环、项链等	笔、书签、笔记本、文具盒、贺卡	乐高积木拼接的图书馆建筑模型、儿童贴纸	经典文学作品和艺术设计的印刷品	无
澳大利亚昆士兰州立图书馆	澳大利亚历史图书、儿童读物、作者签名书籍、本土作家代表作品等	文化衫、袜子、丝巾、领带、钱包等	手提袋、马克杯、雨伞、厨具、金属收纳盒等	徽章、磁力贴、袋鼠考拉装饰品	学习座椅、微型台灯、贺卡、钢笔、铅笔、笔记本、便签纸、儿童文具	澳洲漫画作品中的动物玩偶等	旧杂志、旧地图所制作的海报印刷品。以图书馆为标志制作的明信片	用户创意体验制作的“和纸”项链、日式礼物包装、手工装订笔记本和手工盆栽
澳大利亚新威尔士南州立图书馆	州长文学奖书籍、小说、历史、艺术设计、休闲旅行、摄影、传记、自然、家居、军事、诗歌、儿童读物、本土特色书籍	澳洲本土设计师定制的女士手包、围巾、领带等	陶瓷制品等	珠宝类产品:包括项链、耳环、手镯	贺卡	无	图书馆收藏的古籍资源、历史照片、艺术展出、古老画册等珍贵档案资源制作的高清复制品	无

特有文化创意与实用性载体有机融合,包括印制图书馆借阅卡图案的钱包、文学作品《小王子》主题的袜子、图书馆标志的文化衫等。

(3)日用品。日用品主要包括生活类(马克杯、手提袋、雨伞、厨具、蜡烛等),也包括一些电子产品(移动电源、耳机、U 盘等)。这些产品属于生活中的常见品和必需品,具有价值低、更新快、易携带、实用性等特点,是文创产品的重要开发渠道。例如,美国国会图书馆——富兰克林创意椅梯,通过折叠和敞开方式实现“坐着看书的椅子”和“爬高取书的梯子”间的切换。

加拿大卡尔加里公共图书馆——经典书籍茶叶盒，拥有经典书籍的外观与文字内涵，盒内配有主题相契合的茶叶种类。

（4）装饰品。装饰品主要包括首饰类（项链、手链、耳环）和饰品类（桌面装饰、徽章、磁力贴、钥匙扣等）。从物质载体上分析，此类产品属于一种满足人们审美需要和文化需求的物品，且具有便携带、美观、易展示的特点。美国纽约公共图书馆运用仿制方式将图书馆专用物品创意制作成精美装饰，如将图书馆日期戳、小推车、借阅卡片仿制成衣服上的徽章，将图书馆阅览室的座椅的仿制成可放在桌面上的缩微型座椅装饰品。

（5）文具类。文具经营似乎更符合图书馆特有的气质，国外公共图书馆商店经营的文具包括：笔、便签本、台灯、文具盒、书签、地球仪等，其中图书馆贺卡占有很大比例。贺卡主题封面一般为图书馆特色、地区风貌和文学主题。例如：澳大利亚新南威尔士州立图书馆文创产品中有张贺卡图案是一只在啃咬书籍的兔子，有着耐人寻味的旁白："有些书可供一尝，有些书可以吞下，有为数不多的几部书，则应当咀嚼消化。——培根"[21]。

（6）玩具类。国外公共图书馆以儿童玩具为载体开发文创产品，以培养少年儿童的阅读习惯养成、求知探索能力和对图书馆热爱。美国国会图书馆开发的儿童手提袋[22]，图案是一个小女孩高兴地抱着好几本书，同时印有标语"L is for library"，这来源于美国 60 年代的儿童字母抽认卡，字母"L"就是代表"Library"，以培养孩子们对图书馆和文学的热爱。

（7）复制品。国外公共图书馆以精品馆藏作为创意来源制作衍生复制品，材质是高品质、高质量的纸张。如：美国国会图书馆将收藏的著名文档资料手稿、古地图、老照片等制作成高清复制品，包括《美国独立宣言》、马丁・路德・金的《我有个梦想》的资料等。英国国家图书馆将馆藏精品资源以优良材质制作成精美印刷品，如：英国童话大师刘易斯・卡罗尔《爱丽丝梦游仙境》的创作手稿、大英皇室艺术作品、英国国家图书馆历史地图、英国自然风光等。这些举措既让这些宝贵资料发挥参考研究价值，也让读者能够拥有一份记忆与留念。

（8）体验型。用户体验型产品主要指用户共同参与制作的一些项目产品，如编织、刺绣、陶艺、布艺、创意 DIY 等项目，也属于文创产品的表现形式。例如，美国圣迭戈公共图书馆商店在今年母亲节期间举办了手工制作多肉植物盆栽的活动[23]，图书馆提供材料、工具和专人指导，让读者亲身体会自己动手、发挥创意、个性定制心仪盆栽的乐趣。此外，澳大利亚昆士兰州图书馆也在近期举办了让读者参与文创产品制作的活动，包括：制作"和纸"项链、日式礼物包装、手工装订笔记本和手工盆栽[24]。通过自己的创意使产品变得独特，体现文创魅力。

2.3 公共图书馆文创产品的文化创意类别

在按照产品物质载体分类的基础上，对文创产品的文化创意内容进一步记录、分析、归纳和聚类，将国外公共图书馆文创产品按文化创意内容划分为"图书馆特色元素""文学阅读主题""地方文化符号"和"特色创意风格"这四大类别，见表 3。

这些来源于工作、学习、生活中各种物品又被图书馆赋予特有的文化创意，分类如下：

（1）图书馆特色元素的文化创意融入。图书馆特色元素的融入是指将图书馆品牌名称、标志形象、建筑特征等元素设计成创意图案，并与工作、家庭、生活中的日常用品完美融合。体现在两个方面：①从图书馆自身特征中找寻创意来源。如印有"美国国会图书馆始建于 1800 年"图案的棒球帽、以"托马斯・杰斐逊"大楼为主题的文化衫，还有将洛杉矶公共图书馆总分馆地图设计成了创意图案的手提袋等，充分体现了图书馆的特有文化创意。②从图书馆专用物品中（目录卡片盒、日期戳、小推车、借阅卡片、阅读座椅等）发现创意来源。这些文创产品凝聚着图书馆特色，体现了图书馆特有的文化创意价值。

（2）在书籍、文学和阅读中寻找创意灵感。指图书馆从经典文学作品、文学作家和阅读推广中寻求灵感、提取创意。包括：①文学作家和经典作品中提取文化创意。如英国国家图书馆以英国畅销书封面为创意设计的抱枕、以福尔摩斯小说系列制作的雨伞、禁书名称手提袋、简・奥斯汀（英国著名小说家）名言的明信片、纪念经典童话《爱丽丝梦游仙境》创作 150 周年的台灯。这既是面向公众的文学经典再现，又是图书馆文化教育与推广的一种途径。②产品物质载体与文学作品内容的创意融合。圣迭戈公共图书馆有一款精美手提袋以绚烂鲜花为图案设计，称为"John Keats Splendor Tote Bag"[25]。John Keats（约翰・济慈）是 19 世纪英国著名浪漫主义诗人，设计师以代表作《明亮的星》中的诗句"Not in lone splendor hung aloft the night"

表 3 国外代表性公共图书馆文创产品类别(按文化创意内容划分)

类 别	图书馆特色元素	文学阅读主题	地方文化符号	特色创意风格
美国国会图书馆	国会图书馆名称和始建于 1800 年图案的手提袋、国会图书馆标志性建筑为主题的文化衫、以图书馆借阅卡片为图案的钱包等	以著名作家莎士比亚、海明威为图案设计的笔记本、以翻开的书制作的创意碗盘、以读书名言摘录为创意图案的手环、毛巾、水杯等	华盛顿每年都会举行盛大的樱花节,樱花烂漫,粉如烟霞。国会图书馆开发樱花盛开的系列文创产品,包括徽章、茶具、丝巾等	专题展览:以纪念美国总统托马斯·杰斐逊、美国在第一次世界大战中的经历、纪念战争的文创产品
美国纽约公共图书馆	将纽约图书馆名称、馆徽、标志建筑、图书馆名言等标记符号提炼为文化创意元素,与日常实用性物质载体(文化衫、马克杯)的融合	馆藏图书的衍生系列(书籍、禁书、书虫)、阅读系列(读书名言、阅读推广)和文学作品系列(文学家、作品名、作品人物)中发掘文化创意	纽约城市的名称、地图和昵称“大苹果城”(纽约别称)为特色符号的钱包、手表、手提袋、茶巾等	特色产品:历史的积淀,难忘的回忆——纽约公共图书馆的大理石石狮挡书板
美国洛杉矶公共图书馆	图书馆借阅卡片的围巾、钱包、笔记本,洛杉矶公共图书馆总分馆地图主题图案的手提袋等	图书馆书虫图案的袜子、文学谚语主题的马克杯、“我爱阅读”徽章、“爱书人”书签等	加利福尼亚地区特色的创意产品:描绘加州风景的图册、印有加州州旗(熊旗:灰熊图案)的钢笔、水杯、徽章等	无
美国圣迭戈公共图书馆	图书馆特色的文创产品(圣迭戈图书馆图案的书签、水杯、徽章等)	以作品名称(简·爱)、文学作家(埃德加·爱伦·坡)和作品内容(《明亮的星》)为创意设计的文创产品	由当地艺术设计师设计或与当地经销商合作经营的一些手工艺品、艺术作品等	用户参与创意:在设计师指导下制作个性化的多肉植物盆栽
美国费城公共图书馆	费城图书馆标志的文化衫、U 盘等;结合图书馆举办的活动开发的文创产品;图书馆借阅卡片图案创意的钱包等	莎士比亚爱情名言图案的马克杯、狄更斯画像制作的玩偶、《爱丽丝梦游仙境》系列的橡皮鸭等	由当地艺术设计师设计的地方特色贺卡、创意蜡烛等。	美国著名漫画家莫里斯·桑达克代表作《野兽国》为专题;《爱丽丝梦游仙境》创作 150 周年专题;纪念美国作家菲茨杰拉德 120 周年诞辰(1896－2016)的专题文创产品
英国国家图书馆	以图书馆目录卡片盒仿制的收纳箱、以借阅卡片图案制作的袜子、图书馆员徽章、禁书图案等提取创意来源,开发图书馆特色主题的文创产品	从经典文学作品(《爱丽丝梦游仙境》)、热门书籍封面(Crimson Snow)、著名作家(莎士比亚)和作品人物(福尔摩斯)中提取文化创意,制成文学主题的文创产品	伦敦本土设计师制作的地方特色产品、以伦敦地区地标建筑为主题的产品、英国地图系列衍生品	专题展览:以纪念俄国革命 100 周年为专题的文创产品:革命主题书籍、手提袋、抱枕、围巾、海报等
英国曼彻斯特图书馆	曼彻斯特图书馆品牌的笔记本、图书馆借阅记录图案的文化衫、手提袋	以馆藏资源设计的主题贺卡、以图书馆收藏的旧海报制作的复制品	曼彻斯特地图图案创意雨伞、创意拼图玩具	特色产品:本土设计师以 20 世纪 50 年代英国机场环形公路广告为创意启发制作的丝巾
加拿大卡尔加里公共图书馆	以卡尔加里公共图书馆标志为主题图案的产品、图书馆卡片和日期戳图案的服装类产品、	以翻开的书和书虫形状制作的装饰品、以文学作品名称为图案的文化衫、以读书名言为图案的手提袋	由本土设计师制作的文创产品:平面艺术作品、图书馆主题贺卡、文化书签等	特色产品:制作可以为读者定制个性化图案的图书馆证件
澳大利亚昆士兰州立图书馆	昆士兰州立图书馆品牌制作的明信片、图书馆小推车制作成的徽章、借阅卡图案的马克杯	以文学作品《小王子》等制作的袜子,以儿童漫画中的角色制作的玩偶等	以澳大利亚袋鼠和考拉制作的水杯、以昆士兰州香蕉树制作的毛巾、本土设计师参与创造的瓷器	用户参与创意:在设计师指导下制作个性化多肉植物盆栽
澳大利亚新威尔士南州立图书馆	以图书馆专题展览为主题制作的手提袋	创意文学主题的贺卡,包括读书寻书主题、“坚持阅读”主题等	本土设计师设计反映澳大利亚历史风貌特色的手提袋、茶具等	无

(不愿高悬夜空,独自辉映)为创意点,将明亮的星与绚烂的花结合,表达了约翰·济慈短暂、辉煌而又富含浪漫主义情怀的一生。③以推广读书和阅读为创意来源。如洛杉矶公共图书馆商店有一款主题图案是谚语“A book lover never goes to be bed alone”(爱书人总会拥书入眠)的马克杯,主题图案是简·奥斯汀读书名言“If a book is well written, I always find it too short.”(对于一本好书,我总是感到意犹未尽)的手提袋,都反映出了阅读文化与读书求知的魅力。

(3)基于地方特色文化符号的文化创意。国外公共图书馆从所在城市地区特色文化视角发掘文化创意来源,包括:①从所在地区特色文化中寻求创意。如美国洛杉矶位于加利福尼亚州,其图书馆就以加州地区特色开发文创产品,含有描绘加州风景的图册、印有加州州旗(熊旗:灰熊图案)的钢笔、水杯、徽章等,充分体现了对地方特色文化的推广与传承。其中一个精美的水晶球,沐浴在金色阳光下的加利福尼亚灰熊紧紧抱着州名图案,并配上源自 1913 年的加州歌曲封面宣传语“I Love You California”,体现一种地区文化记忆与纪念意义。②融入本土设计师艺术创意的文创产品。

王毅，柯平. 公共图书馆文化创意产品开发类别调研与分析[J]. 图书情报工作,2018,62(3):21－32.

澳大利亚昆士兰州立图书馆提供了本土艺术家设计的地区特色手提袋、围巾、领带和茶具等，创意图案的设计来源于本土特色的植物、景色、袋鼠，同时还附有产品和设计师的信息介绍，具有珍藏及纪念意义。

(4)特色创意风格的文创产品。据调研，国外公共图书馆特色创意风格文创产品主要包括：

第一，图书馆结合自身发展历史形成的品牌特色文创产品。例如，纽约公共图书馆顾客最喜欢的文创产品之一——大理石狮挡书板[26]。这一对由大理石精制而成、能够固定书籍的精美石狮，蕴含着纽约人们的历史情怀。纽约市公共图书馆的宫殿式馆舍建筑具有新古典主义风格，其中两座石狮骄傲地站立于门口，成为了城市的地标性建筑。在 20 年代末的大萧条时期，纽约市长拉瓜迪亚为了鼓励市民重启斗志，在著名的星期日夏日广播结束时说，“这座城市的人们有两个可贵的品质：坚忍与刚毅[27]。”人们就此将两座狮子命名为“坚忍”和“刚毅”，以鼓励纽约人民在当时经济不景气时期，继续为生活奋斗下去。在纽约人的心目中，图书馆石狮是最具代表纽约城市精神的雕塑建筑。设计师 Edward Clark Potter 匠心独运地根据石狮形象设计了这款大理石挡书板，使这款美观又实用的文创产品凝聚了历史气息与人文情怀，激发人们认同感和归属感。

第二，专题系列的文创产品。国外公共图书馆商店设计文创产品专题，形成同一主题下的系列文创产品，专题创意主要来源于两方面：①依据自身图书馆特点形成的专题文创产品。例如，美国国会图书馆成立于 1800 年，最初的馆藏书目由美国总统托马斯・杰斐逊所提供，国会图书馆著名的大楼就是托马斯・杰斐逊大楼。以此为专题设计了托马斯・杰斐逊图书馆、藏书、名言“我的生活不能离开书籍”为专题的系列文创产品。②配合公共图书馆展览开发相应的文创产品。例如，2017 年是俄国革命爆发的 100 周年，英国国家图书馆藉此举办了俄国革命的专题展出活动。与此同时，英国国家图书馆开发纪念俄国革命 100 周年(1917－2017)的专题文创产品[28]，包括革命人物传记、苏联士兵图案的手提袋、苏维埃艺术抱枕、苏联反酗酒海报等，具有历史价值和纪念意义。

3 我国公共图书馆文化创意产品开发思路分析

通过前文调研、系统梳理和总结归纳，我们认为今后我国公共图书馆应围绕图书馆藏与历史传承、文学阅读与特色文化、读者需求与创意服务三条主线深化推进文创产品的开发。

3.1 以图书馆藏与历史传承为主线

公共图书馆立足于本馆形象、徽标、建筑、馆藏和历史传承开发文创产品，可以实现从图书馆品牌元素提取，到经典馆藏意蕴展现，再到图书馆历史传承的层层递进。

3.1.1 图书馆品牌元素提取　图书馆品牌元素提取是反映图书馆形象特色的文化创意产品，其创意来源可以是图书馆名称、徽标、建筑、标语，也可以来源于图书馆特色物品(借阅卡、小推车、卡片盒等)，产品物质载体是与日常学习、工作、生活紧密联系的物品，从而体现出图书馆特色文创产品的文化性、美观性与实用性。可以分为以下三类：

(1)融入图书馆创意符号的学习用品。图书馆经营学习用品与图书馆特有文化气质相契合，国外公共图书馆就经营一些创意铅笔、笔记本、文具盒等学习类产品。因此，可以开发图书馆特色创意型文化用品，包括印有图书馆名称的铅笔、图书馆宣传语的书签、图书馆建筑图案的笔记本等。

(2)融合图书馆主题的日用品。可以将图书馆主题元素与日常生活用品相融合，如设计图书馆名称、标志、标语、建筑图案的文化衫、水杯、毛巾等，也可以将结合图书馆举办的活动、展出等开发相适应的文创产品，既表达了对图书馆的喜爱，也反映出一种文化生活的哲学。

(3)开发图书馆特色的创意衍生品。图书馆有很多专有用品，如：曾经的目录卡片盒、运书小推车、取书用的梯子等，均构成了图书馆独特的文化符号。如英国国家图书馆仿制的木制目录卡片盒，既能唤起人们对图书馆卡片式检索的探寻和回忆，又能当作明信片、书籍等分类摆放的储物箱，体现传统古朴思想与现代生活艺术的融合[29]。随着时代发展与技术进步，新工艺技术为开发图书馆文创产品提供了新的契机，也为图书馆相关的传统物品赋予了新的灵韵。公共图书馆可以立足这些特有物品创意开发相应的衍生品，使其体现出图书馆特色、文化性、科技性与实用性。

3.1.2 经典馆藏的意蕴展现　特色经典馆藏是指公共图书馆拥有的某一特定主题形式、区别于其他馆藏文献的馆藏资源体系，包括古籍资源、手稿、照片、地图、绘画以及反映某一时期的专题文献资源，是图书馆馆藏资源深度的体现。以珍贵馆藏史料为基础开发的文创产品，有利于促进图书馆的宣传推广、促进珍贵资

料的价值实现、促进公众加深对中国传统文化的认知。

（1）制作珍贵馆藏印刷品或复制品。珍稀性特色馆藏在具体收藏环境要求和使用规定上比较严格，而为了更好地方便读者利用，国外公共图书馆将著名文档资料手稿、经典画册、展出作品、古地图、老照片、杂志封面等，以优质纸张和高清打印的方式制作精美复制品。我国公共图书馆可以基于古籍善本、线装书、老照片、作品手稿、经典书画、旧杂志、地图册等馆藏资源制作成高清复制品，在保存和研究价值的基础上，多一份收藏留念意义。

（2）编制特色馆藏主题的图书馆出版物。出版主题可以是图书馆珍贵特色资源、系列展览和研究成果的结合，编辑形式可以是馆藏简介、图画目录和专业诠释的结合，产品物质载体可以是纸质、电子和音像出版物的结合，从而策划出迎合读者需求图书馆出版物。

（3）开发精品馆藏的系列创意衍生品。图书馆的精品馆藏以古文典籍居多，开发精品馆藏系列的创意衍生品能够让古籍中的文字、图画、故事以一种广大用户更容易接受的方式展现。开发形式可以是基于精品馆藏的平面印刷品、家庭生活品、艺术纪念品等，从而唤醒人们对优雅文化的认知与渴望。例如，国家图书馆以馆藏典籍清内府彩绘戏曲人物图谱《庆赏升平》为基础，将戏曲中的状元、公主、门神等人物以卡通形象展现在书签、钥匙扣、公交卡等生活小物件上。人物神采奕奕、可爱呆萌，让古籍里的文字图画活灵活现，让更多人关注到《庆赏升平》本身，关注到国粹和典籍[30]。

3.1.3　图书馆历史文化传承　一个城市公共图书馆发展都有其特有的历史文化渊源，国外公共图书馆紧扣发展脉络中的记忆烙印，如：纽约公共图书馆开发的“坚忍”和“刚毅”两座石狮系列产品，国会图书馆根据华盛顿樱花绽放景观开发的系列文创产品，普林斯顿公共图书馆的爱因斯坦系列文创产品等（爱因斯坦一生中最后的二十多年时光都是在普林斯顿度过）。将一段历史、一个故事、一份记忆凝聚成一个特有的文创产品，具有深厚的文化价值和纪念意义。

（1）开发公共图书馆特有历史发展沿革的文创产品。我国许多城市的公共图书馆都有其特殊历史发展沿革，如南京图书馆坐落于六朝古都南京，前身为 1907 年（清光绪三十三年）创办的江南图书馆。由此，可以寻找图书馆发展过程中的代表性事件、人物、事物为契机开发文创产品，既反映了地区图书馆的发展轨迹，也激发公众的情感共鸣，也让人们了解这段历史文化。

（2）从我国图书馆发展的历史脉络中寻求创意。现代公共图书馆的前身是古代藏书楼，宁波天一阁、杭州文澜阁、沈阳文溯阁……这一座座古老沧桑的藏书楼，串起了中国悠久灿烂的藏书历史。在藏书楼向现代图书馆发展的过程中，总有一些具有文化价值、教育意义、可被传播的人物事迹、建筑景观、藏书布局、文化故事作为创意来源，公共图书馆可以深入挖掘这些文化创意来源开发出具体文化性、艺术性、教育性和实用性为一体的文创产品，展现那段历史，弘扬优秀文化。

3.2　以文学阅读与特色文化为主线

“书是为了用的”，以文学阅读与文化为主线要求图书馆将文创产品开发聚焦到文学作品和阅读推广层面，挖掘文化作品内涵、作家背后故事、引导公众阅读。另外，也需要关注公共图书馆所在地区的特色文化和纪念日主题文化，以文化契机开发相应的文创产品，使我国优秀文化得到更好的传承发展。

3.2.1　文学阅读主题融合　图书馆是搜集、整理、保存图书资料的文化机构，支持读者阅读、学习和参考是图书馆基本职能。我国公共图书馆可以从阅读推广、文学作家和作品内容中挖掘创意源泉，开发能与学习、工作、生活相融合的文创产品。

（1）以阅读宣传与推广为主题的文创产品。其文化创意来源于文学阅读的宣传推广，如可以将一些阅读宣传语“读书成就梦想，知识照亮人生”和名人读书名言“读书破万卷，下笔如有神——杜甫”融合到学习用品和日常生活中，制成阅读推广主题的手提袋、马克杯、运动水壶、丝巾、钥匙扣等，而这也在一定程度上推进阅读文化的传播与推广。

（2）以文学作家、代表作品和内容渲染的文创产品。一方面，以著名文学作家、代表作品为蓝本设计文创产品，产品物质载体形式可以更加丰富，可以是学习笔记本、可以是生活手提袋，也可以是装饰品、徽章等。另一方面，圣迭戈公共图书馆将约翰·济慈（英国杰出浪漫派诗人）、作品《明亮的星》诗句（“高悬夜空，独自辉映”）、鲜花（浪漫主义诗人、辉煌短暂一生）、手提袋（帆布材质、美观大方）等元素完美融合成一个散发浓厚文学气息的文创产品。我国公共图书馆也可以深度挖掘作品内容，实现将文学作品中蕴含的古典知识和文化意境与现代生活艺术、产品物质载体有机的融合。

（3）阅读元素与多元文化的混搭。将阅读与儿童玩具的融合（读书的小黄鸭、读书的泰迪熊）、漫画与培根读书名言的混搭（吃书的兔子与名言“好书需要

慢慢消化”)的文创产品,以融合多变的元素展现多变风格的阅读魅力。在这一方面,还可以借鉴英国国家博物馆的经验,将英国小黄鸭文化与其他国家文化融合,制作成古罗马战士小黄鸭、维京海盗式的小黄鸭、狮身人面的小黄鸭等。我国图书馆可以将历史名人、经典作品、传承故事等与现代元素的多种知识财富融合与呈现,制作成精美的文化艺术品,展现文化阅读的魅力。

3.2.2 地区特色文化弘扬 地区文化是以自然环境、城市景观、风俗人情为标志所形成的特色文化,彰显着人们独特的生活方式、思想观念和审美趣味。公共图书馆有传承地方特色文化的职能,地区特色的文创产品表达了地域性、纪念性和本土化的特色符号。

(1)发掘地方特色文化的创意符号。我国公共图书馆可以基于地方特有的标志建筑、自然景观、历史人文或是地区记忆为创意灵感开发文创产品(例如方言文化、庙会文化、山水画面、草原风光等),不仅能够唤醒地区的回忆、寄托故乡情感,而且可以向外界宣传和展示地区文化特色和地区风貌。

(2)开发地方特色文献的文创产品。地方文献是体现特定区域内的政治经济、教育文化、历史地理、风土人情、人物传记、物产资源等重要内容的文献资源。图书馆可以进一步挖掘地方特色文献中的文化内容,以地方文献中的历史、人物、背景、地理、事件为挖掘对象(例如丝绸之路相关文献为线索),以宣传地方特色文化、紧扣时代发展特点、弘扬中国传统美德为宗旨开发特色创意产品。

(3)与当地设计师合作开发。国外公共图书馆与当地设计师合作经验值得借鉴,卡尔加里公共图书馆和昆士兰州立图书馆都邀请了当地艺术家参与设计本土风格和文学艺术的文创产品,并附有设计师的个人简介与产品创意来源。当地设计师对于地方特色文化具有更深刻的理解与认知,能够展现出独特的地区艺术风格。我国公共图书馆可以与当地设计师合作,共同开发体现地方设计师创意理念、地方创意风格与文化特色的文创产品,可以是创意装饰品、创意家居、地区风情绘、特色贺卡等。

3.2.3 纪念展览文化宣传 国外公共图书馆会配合纪念日、节庆日和纪念展览开发特色文创产品,这种节日主题的文创产品,会让到访用户在节庆日氛围的渲染下产生一种特殊体验。圣迭戈公共图书馆开发的母亲节定制盆栽,英国国家图书馆为纪念经典童话《爱丽丝梦游仙境》中创作 150 周年(1865-2015)的专属台灯,还有美国费城自由图书馆以纪念美国作家菲茨杰拉德(F. Scott Fitzgerald)120 周年诞辰(1896-2016)设计的文创产品,包括名言摘录集、主题文化衫,包括为其代表作《了不起的盖茨比》所设计的图册、徽章等[31]。我国公共图书馆文创产品可从以下两方面深化:

(1)开发以节庆日和纪念日的专题文创产品。我国公共图书馆可以利用节庆日和纪念日开发专属的文创产品,节庆日可以选择我国传统节日和具有文化气息的节日(如 4 月 23 日世界读书日、中秋节、端午节、元宵节等),纪念日可以更体现与图书馆相关的名人、文学家等。可以从我国传统文化角度挖掘节日内涵,开发出别具新意的图书馆文创产品。

(2)结合图书馆主题活动、纪念主题展览开发文创产品。英国国家图书馆为纪念俄国革命 100 周年举办了长达 4 个月的专题展览活动(2017 年 4 月 28 日-8 月 29 日),在这种形势下图书馆也开发并经营纪念俄国革命 100 周年的专题文创产品。我国公共图书馆也可以在推出专题展览的时候,配合近期的专题展出开发适当的文创产品,也是文化展出与教育传播的一种延续。

3.3 以读者需求与创意服务为主线

图书馆服务以读者为中心,文创产品开发也应基于读者需求与创意服务视角。关注儿童读者需求与儿童健康成长,开发探索类、阅读类和求知类的儿童文创产品;迎合不同读者群体需求与特点,开发与读者文化气质相适合的文创产品;基于读者体验服务,开发彰显个性的体验式文创产品;为打造优势品牌,提出明星类文创产品的开发方向。

3.3.1 培育少儿兴趣求知 公共图书馆一直围绕少年儿童的兴趣爱好、全面发展、知识需求提供相应的少儿服务。国外公共图书馆面向少年儿童开发出促进儿童健康成长导向的文创产品,如培养儿童对图书馆的热爱(“我爱图书馆”玩偶)、对阅读文学的喜好(儿童文学徽章)、对儿童探索能力和求知能力的培养(自由搭配的积木)等。公共图书馆开发面向少年儿童的文创产品,对培养儿童的阅读习惯、激发动手能力、好奇心和想象力、促进身心健康成长,具有积极的促进作用。可以从以下三个方面开发文创产品:

(1)以热爱图书馆、儿童文学和动漫人物为创意主题。加拿大卡尔加里公共图书馆利用儿童乐高积木拼接完成的图书馆模型极富创意性与观赏性,深受孩子们的喜爱。儿童文创产品的载体可以选取与儿童学

习生活相关的文具、背包、文化衫、水杯等，也可以将动漫人物制成毛绒玩具，以培养少年儿童对图书馆、文学的喜爱与阅读习惯的养成。

（2）知识元素和儿童玩具的融合多变。英国国家图书馆将英国人童年记忆——小黄鸭融入了历史元素和文学元素，设计成了“爱读书的小黄鸭”“持英国《大宪章》的小黄鸭”和“莎士比亚式小黄鸭”。我国公共图书馆也可以将一些传统儿童玩具融入新的知识元素，在使其焕发出新的知识光彩的同时，也能体现出教育意义。

（3）激发儿童探索性和好奇心的奇趣产品。为促进少年儿童想象力和探索力的培养，可以开发自由组合成多种风格的玩具，也可以开发探索太空、自然、动物等文创产品，还可以开发一些以娱乐的奇趣玩具等，如英国国家图书馆设计了一个毛绒玩具狐狸尾巴，新奇的物品融入儿童的故事世界，受到激发儿童的好奇心与想象力，深得儿童喜爱[32]。

3.3.2 面向不同用户群体 普遍均等、用户中心一直是公共图书馆服务的核心宗旨。同样，文创产品的开发与经营也应面向不用用户群体、根据用户群体需求特点开发适合的文创产品。美国纽约图书馆商店就根据不用受众群体设计相应的文创产品，例如：为教师群体定制专属文创产品：“老师一直是最受欢迎”标语的磁力贴片、米开朗基罗“我一直在学习”等名人谚语制作的马克杯以及教学时可以用到的光能自转地球仪等。此外，还有为女士定制专属手提袋、饰品等。

我国公共图书馆文创产品开发也要注重文创产品结构的丰富合理，也要面向不同用户群体开发适合的文创产品。比如面向女士可以开发更具知性时尚的文创产品，如清新隽永诗句手提袋、本土风格首饰、图书馆特色装饰品、经典文学丝巾等等；同样，面向男士开发成熟稳重主题的文创产品，如励志语录男士挎包、文学主题领带、地方风景图案手表、特色资源衍生品等；面向学生群体可以开发一些以激励学习、经典作品、名人名言为主题的文具用品，以给予积极正向的引导，还可以开发现代工艺技术改良的传统学习用品（如旅行书灯、创意转笔刀等），以满足其新鲜感与好奇心；面向阅历丰富的老年人群体可以开发城市记忆主题的文创产品，一些文学气息水杯，也可以开发一些历史文档的复制品等。

3.3.3 用户体验创意设计 一些用户参与制作的手工类产品，如编织、刺绣、陶艺、布艺、创意 DIY 等项目，让用户的个性创意融入文创产品的制作过程中，更能体现文创的独特魅力。美国圣迭戈公共图书馆的用户手工参与制作多肉盆栽、澳大利亚昆士兰州公共图书馆的和纸项链也都是这样一种尝试。公共图书馆可以尝试一些让读者参与制作的文创产品，体现读者创意的融入、价值的创造。其中创意型文创产品的选择方面可以选择更具文化气息和地方特色的项目，让读者能在参与的过程中，有所乐趣、学习与收获。结合图书馆特点，本文提出几个方向：①磁性剪纸。磁性剪纸采用了新材料磁性纸替代了传统的纸张，有效地解决了剪纸容易变色、掉色的问题，同时用磁力吸附的原理，优化了剪纸展示效果。公共图书馆开展创意剪纸活动，有利于满足人们精神文化水平的提升和我国优秀文化遗产剪纸艺术的推广。②手工自制玩偶。随着公共图书馆少儿服务的深化，到馆儿童人数的增多。可以指导儿童制作自己定制的毛绒玩具，从选择角色、填充棉花，到取名字、搭配饰品，整个制作过程让儿童初步了解了毛绒玩具的制作工艺，小朋友会比购买现成玩具更加喜欢，更懂得珍惜。③线装书制作、拓片制作、手工植物、定制饰品、个性化巧克力等也是公共图书馆用户参与类文创产品的选择之一。④借鉴加拿大卡尔加里公共图书馆创意，我国公共图书馆可以将读者喜欢的照片图像制成图书馆读者证的封面，也是彰显读者个性创意的举措。

3.3.4 打造特色明星产品 国外公共图书馆都有明星品牌的文创产品，如美国纽约图书馆的“图书馆石狮挡书板”，实现地标式建筑、历史故事和文化创意的融合展现，使之成为触动用户内心情怀的“明星文创”。同样，我国博物馆品牌文创也有许多借鉴之处：故宫博物院将故宫里的流浪猫称为“夜幕下的猫保安”，而在文献中也能发现皇宫养猫的记载，再融合“卖萌”元素，“故宫猫”系列品牌文创产品应运而生。苏州博物馆将镇馆之宝——越窑秘色瓷莲花碗，做成了抹茶口味的曲奇饼干，既具外形神韵、又兼色香口感。

“明星”品牌文化拥有深刻丰富的文化内涵、鲜明的品牌定位，形成消费者对明星产品的高度认同。公共图书馆打造明星效应的文创产品应从以下几方面着力：①应选取文化认同度高、能与用户激发情感共鸣的文化主体；②赋予品牌文创产品深刻而丰富的文化内涵；③利用文化背景故事扩大宣传途径与影响力；④利用现代工艺技术实现文化主体的创意表现；⑤征集图书馆到访读者的创意与改进意见；⑥构建图书馆文创产品的知识产权保护体系。

4 结语

通过上述分析,可以总结公共图书馆文创产品所蕴含的四个特征:①文化主体:即文创产品所蕴含和表达的是何种文化,包括图书馆文化、阅读文化、地方特色文化等;②创意方式:即文创产品运用何种方式展现这种文化,包括直接呈现、间接隐喻、多元融合等;③载体品质:即文创产品的物质载体类型和质量,也说明图书馆文创产品应注重产品的实用性和品质性;④产品情怀:即通过产品标语的形式展示文创产品所蕴含的创意情怀,激发用户的认可与共鸣。这四个方面的特征,又是相互融合、相辅相成的。公共图书馆可以根据实际情况与自身特点开发出最适合的文创产品,要注意文化性、艺术性与实用性的结合,不仅具有创意的文化表现形式,还要兼备优良的产品品质。另外,要同时注重与文化创意行业、当地设计师、新闻媒体、社会力量和图书馆读者的密切交流与合作,以促进图书馆文创产品的不断研发、改进与推广。

最后需要指出的是,由于时间精力所限,本文仅分析了国外十个代表性公共图书馆网络经营的文创产品,也不排除另有一些国外公共图书馆因未提供网络经营文创产品的方式而未被列入调研对象的情况存在。下一步研究应扩大调查范围,扩充图书馆类型,同时汲取博物馆和文化行业的相关经验,结合实地现场调研与对象访谈,以期获得更多有益的启示。

参考文献:

[1] UNESCO. Culture, trade and globalization: questions and answers [M]. Paris:UNESCO Publishing, 2000:13.
[2] British Council. Mapping the creative industries: a toolkit[EB/OL]. [2017 - 06 - 01]. http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2 - 2.pdf.
[3] 魏鹏举. 文化创意产品的属性与特征[J]. 西江月, 2010(20): 51 - 53.
[4] 郝鑫. 浅析文化创意产品的内涵和外延[J]. 现代交际,2012(7):126 - 128.
[5] 文化部,国家发展改革委,财政部,国家文物局. 关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见[EB/OL]. [2017 - 05 - 01]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-05/16/content_5073722.htm.
[6] 文化部办公厅,国家文物局办公室. 落实情况阶段性总结的通知[EB/OL]. [2017 - 05 - 01]. http://www.mcprc.gov.cn/whzx/bnsjdt/whcys/201701/t20170117_477682.html.
[7] 莫晓霞. 图书馆文化创意产品开发探讨[J]. 图书馆建设,2016(10): 98 - 101.
[8] 陈畅. 公共图书馆文创产品的开发与推广研究[J]. 图书馆学研究,2017(11): 74 - 78.
[9] 田利. 图书馆文创产品开发项目的构想[J]. 河南图书馆学刊,2016(10):66 - 68.
[10] PEET L. Gifted[J]. Library journal, 2015, 140(4):50 - 52.
[11] MCDONALD N. We the people[J]. Souvenirs gifts & novelties, 2011, 60(10):669 - 682.
[12] PATCH N. Library gift shop a kaleidoscope of unique cultural artifacts[EB/OL]. [2017 - 07 - 01]. https://www.pressreader.com/canada/toronto-star/20151212/281947426793270.
[13] 国家图书馆. 国图旺店[EB/OL]. [2017 - 06 - 01]. https://shop142619087.taobao.com/.
[14] LA Weekly. The library store at central library BEST GIFT SHOP [EB/OL]. [2017 - 04 - 16]. http://www.laweekly.com/best-of/2012/shopping-and-services/best-gift-shop-2580737/.
[15] 曲蕴,马春. 不断生长的知识:大英图书馆 2015 - 2023 战略[J]. 公共图书馆,2015(1):75 - 80.
[16] Manchester Libraries shop. About us[EB/OL]. [2017 - 05 - 10]. https://manchesterlibrariesshop.co.uk/pages/about-us.
[17] Library store. About us[EB/OL]. [2017 - 05 - 10]. https://librarystore.ca/pages/about-us.
[18] State Library of Queensland. About us [EB/OL]. [2017 - 05 - 10]. http://www.slq.qld.gov.au/about-us.
[19] 朱骅杰. 澳大利亚新南威尔士州公共图书馆服务转型研究及启示[J]. 图书馆建设,2015(10):68 - 74.
[20] Free Library of Philadelphia shop. Shakespearean LOVE mug[EB/OL]. [2017 - 09 - 01]. http://freelibraryshop.org/products/shakespearean-love-mug.
[21] The State Library shop. Digested[EB/OL]. [2017 - 06 - 01]. https://shop.sl.nsw.gov.au/digested/.
[22] Library of Congress shop. L is for library tote[EB/OL]. [2017 - 05 - 20]. https://library-of-congress-shop.myshopify.com/collections/totes/products/l - is - for - library - tote? variant = 40233862228.
[23] San Diego Public Library. Succulent workshop with sweet DIYGs [EB/OL]. [2017 - 04 - 10]. http://www.libraryshopsd.org/events/2017/5/21/succulents.
[24] State Library of Queensland. Events and workshops[EB/OL]. [2017 - 06 - 10]. http://www.shop.slq.qld.gov.au/events.
[25] San Diego Public Library. John Keats splendor tote bag[EB/OL]. [2017 - 06 - 10]. http://www.libraryshopsd.org/literary-goodies/splendor-tote-bag/.
[26] NYPL. Library lion bookends[EB/OL]. [2017 - 05 - 10]. https://shop.nypl.org/collections/customer - favorites/products/bookend-nypl-lion.
[27] 居雨勒. 坚忍与刚毅的图书馆之魂[J]. 出版人,2015(7):66 - 69.
[28] British Library shop. Russian revolution[EB/OL]. [2017 - 06 - 10]. https://www.bl.uk/shop/our - exhibitions/russian - revolution/c-135.

[29] British Library shop. Library card catalogue notecards[EB/OL]. [2017-05-30]. https://www.bl.uk/shop/library-card-catalogue-notecards/p-355.
[30] 中国新闻网. 国图文创产品卖萌 揭秘如何让古籍里文字活起来[EB/OL]. [2017-06-01]. http://www.chinanews.com/cul/2016/07-12/7935489.shtml.
[31] Free Library of Philadelphia shop. F. Scott Fitzgerald 120th birthday! [EB/OL]. [2017-07-01]. https://freelibraryshop.com/collections/f-scott-fitzgerald-120th-birthday.
[32] British Library shop. Children's fantastic fox tail[EB/OL]. [2017-06-10]. https://www.bl.uk/shop/childrens-fantastic-fox-tail/p-956.

作者贡献说明：
王毅：网络调研总结、开发类别分析；
柯平：研究框架指导。

Investigation and Analysis on the Development Categories of Cultural and Creative Products in Public Libraries

Wang Yi[1] Ke Ping[2]
[1] Department of Library, Information and Archives, Shanghai University, Shanghai 200444
[2] Business School, Nankai University, Tianjin 300071

Abstract: [**Purpose/significance**] This paper puts forward the suitable development ideas of cultural and creative products for Chinese public libraries. [**Method/process**] By methods of network investigation, this article selects ten representative gift shops of public library in foreign countries as the research objects. Then, it browses, analyzes, reviews and records all of the cultural and creative products included in the website, and analyzes the categories of cultural and creative products of foreign public libraries from the viewpoint of product carrier type and content. [**Result/conclusion**] This paper provides new methods to develop cultural and creative products of Chinese public library: taking library collection and historical inheritance as developing route (extract library characteristic element; show the implication of classic collection; inherit library history culture), taking literature reading and characteristic culture as developing route (merge the theme of reading literature; enrich regional characteristic culture; memorize the culture of the festival), taking user requirements and creative service as developing route (cultivate the curiosity of young children; customize the suitable products for different groups; invite users experience design; create distinctive brand cultural and creative products).

Keywords: cultural and creative products public library development categories investigation and analysis development ideas

下 期 要 目